L'École des métiers de l'information

emi

Formations **qualifiantes**

Parcours de **perfectionnement**

Journalisme
Multimédia
Edition
Vidéo
Photo
Graphisme

De quatre semaines à dix mois, **les formations longues**

2011

L'emi, une coopérative

L'École des métiers de l'information (emi-CFD) propose un ensemble de formations dans les secteurs de la presse, de l'édition, des arts graphiques, de la photographie, de la vidéo et du multimédia. Cette diversité, unique dans le paysage de la formation professionnelle, est un atout à l'heure de la convergence des médias. Grâce à un réseau comptant un millier de professionnels en exercice, nous intégrons à nos métiers les nouveaux usages, tant sur le plan éditorial que technique.
Enfin, la volonté de maîtriser, d'enrichir et de partager notre expertise nous a conduits à choisir le statut de coopérative. Nous considérons en effet que le fruit de l'intelligence collective de l'équipe résulte avant tout des exigences et désirs de chaque membre.

sommaire

Éditorial par François Longérinas, président-directeur général
Retrouver ses repères 4

Parcours **qualifiants**

Journalisme
Journaliste rédacteur bimédia 10
Secrétaire de rédaction bimédia 12

Multimédia
Responsable éditorial de site web 16

Photo
Photojournaliste 20
Iconographe bimédia 22

Vidéo
Journaliste vidéo multimédia 26

Graphisme
Graphiste plurimédia 30

Édition
Secrétaire d'édition-éditeur 34

Stages de **professionnalisation** • 120 heures

Journaliste rédacteur multimédia 38
Édition multimédia 39
Concevoir et réaliser un webdocumentaire 40
Iconographie multimédia 41
Journalisme vidéo 42
Conception graphique pour le web 43
Correction et réécriture (330 h) 44
Concevoir un livre numérique 45

Découvrez les modules pros, les cours du soir et les stages d'été sur www.emi-cfd.com ou demandez notre catalogue spécifique au 01 53 24 68 68.

éditorial

Retrouver ses repères

Simples citoyens, dirigeants ou journalistes, nous sommes tous acteurs de l'information. Ce qui distingue les professionnels des amateurs, c'est qu'ils en maîtrisent les règles et les usages, et qu'ils sont rémunérés : rigueur, vérification, indépendance vis-à-vis des pouvoirs et autonomie.

L'intervention du public dans la sphère des médias impose sur le web une vision participative de la fabrication de l'information. Le journalisme de demain sera le fruit d'une combinaison réussie entre les pratiques averties d'amateurs éclairés et le travail de professionnels qui ont le savoir-faire nécessaire pour concevoir, organiser et produire des sujets sous forme de reportages et d'enquêtes.

L'équipe de l'emi s'attache à préparer les professionnels de demain en s'appuyant sur l'émergence des nouveaux métiers de l'information, qui s'organisent en fait autour de postures plus anciennes dont les contours évoluent chaque année.

La presse écrite et audiovisuelle a longtemps fourni au public des repères et aux professionnels des cadres collectifs. La multiplication des supports en ligne, diffuseurs de vidéos et blogs, redistribue les cartes.

Les journalistes doivent désormais savoir traiter leurs sujets en multimédia. Mais il ne s'agit pas seulement de maîtriser les techniques de prise de vues

Quatre raisons de venir à l'EM
• Apprendre un métier: parcours qualifiants long
(certifications)
• Elargir ses compétences et s'adapter à la nouvelle
donne: sessions de 3 à 20 jours
• S'initier: cours du soir et stages d'été
• Echanger et débattre entre professionnels:
conférences, débats, ateliers

Emi, juin 2010. François Longérinas présente l'offre de formation de l'École des métiers de l'information au cours d'une soirée « portes ouvertes », qui permet aux candidats de rencontrer l'équipe de l'école.

par François Longérinas, président-directeur général

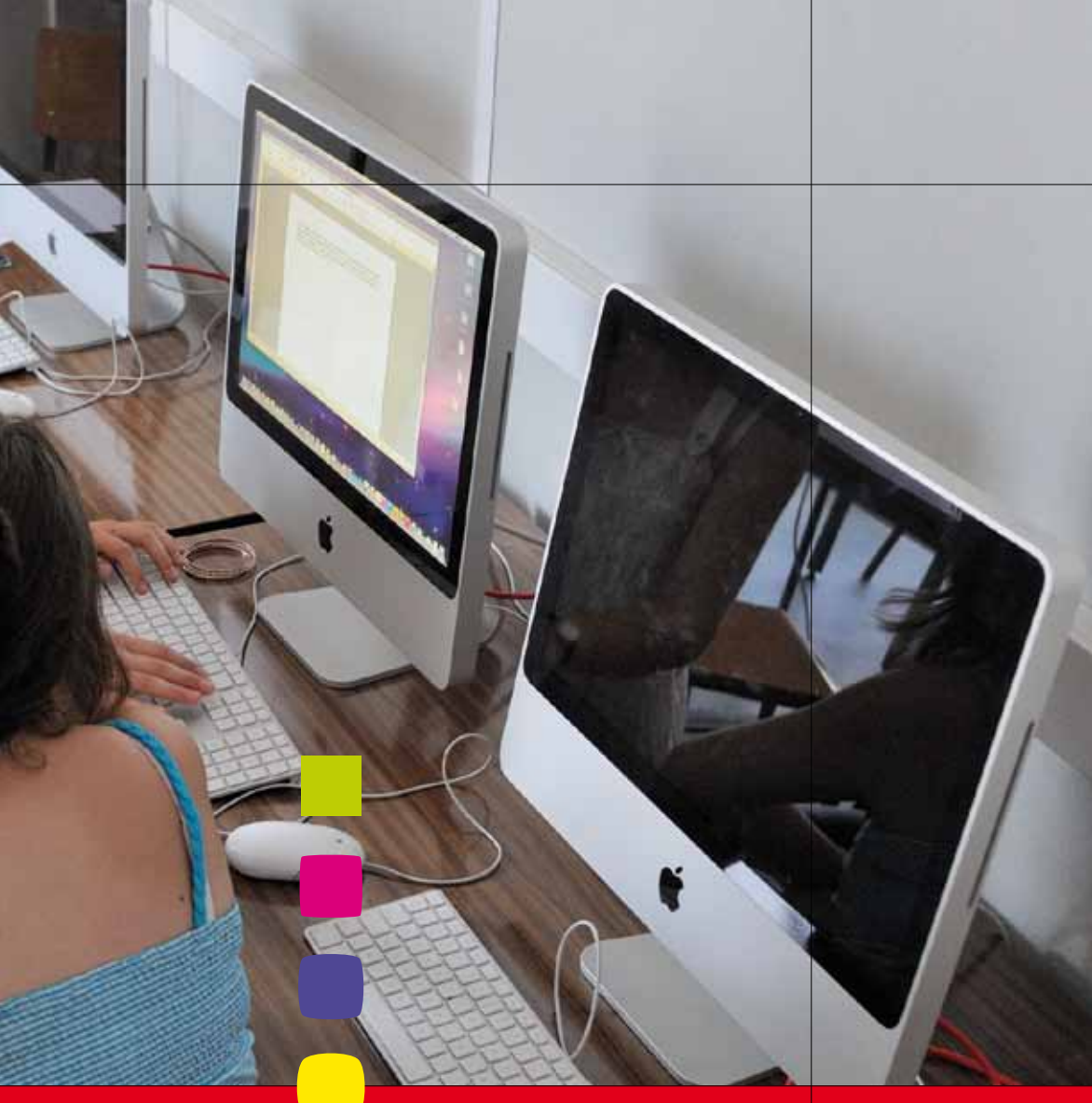
ou d'écriture. Il faut savoir organiser les infos entre elles et choisir les types de langages (sons, textes, images…), en utilisant les nouvelles formes de narration permises par le web. Le webdocumentaire est un bon exemple de ces nouveaux cadres éditoriaux, à égale distance entre le livre numérique documentaire et le reportage journalistique.

Tous ces apports éditoriaux et graphiques font appel à des compétences diverses. On retrouve alors la nécessité de structurer les métiers à partir des étapes de la production des contenus : conception, écriture, scénarisation et diffusion. Les métiers et les formations proposés par l'emi s'inscrivent dans ce découpage.

Les nouvelles pratiques nécessitent à la fois polyvalence et maîtrise d'un « cœur de métier ». La réalisation de sujets au long cours, reportages et enquêtes favorise une exigence toujours plus forte. Il y a fort à parier que le travail collectif retrouvera là ses lettres de noblesse, tant il est rare de trouver chez une seule personne les savoir-faire les plus pointus dans tous les domaines.

En ces temps de personnalisation et de compétition, il est ordinaire de penser que la valorisation extrême de l'individu est la clé de la réussite professionnelle. À l'emi, nous préférons parler d'autonomie et de coopération.

Apprendre un métier en suivant l'un de nos



parcours

qualifiants

Pour permettre à ses stagiaires d'évoluer dans l'univers de la presse, de la communication, de l'édition, et sur les supports papier comme numériques, l'emi propose plusieurs formations multimédias qualifiantes d'une durée de quatre à dix mois. Ces parcours comprennent un tronc commun, un module de spécialisation et un stage en entreprise. Les formations de secrétaire de rédaction et de graphiste sont reconnues par une certification d'État.

Journa

Réinventer son rôle

Le public devient acteur, producteur et diffuseur d'information. Pour autant, le journaliste n'est pas mort. Au contraire son regard, son éthique, sa capacité à mettre en forme l'information et à la décrypter demeurent au cœur de son métier.

Marc Mentré

Journaliste social, formé à l'École supérieure de journalisme (ESJ) de Lille, travaille depuis plus de trente ans dans la presse. Longtemps rédacteur en chef, il a ensuite été pigiste pendant dix ans, notamment pour la presse quotidienne régionale. Il est responsable de la filière journalisme à l'emi, tient le blog themediatrend.com et est membre du jury du Prix des assises du journalisme.

« Nous ne savons pas ce que sera le journalisme dans douze mois. » L'affirmation de Josh Young est brutale (1), mais elle résume bien l'état d'incertitude dans lequel se trouve la profession aujourd'hui. Josh Young sait de quoi il parle. Le site pour lequel il travaille, The Huffington Post, n'était en 2005 qu'un blog politique parmi beaucoup d'autres aux États-Unis. En 2010, plusieurs milliers de blogueurs et cinquante journalistes y collaborent, et il draine plus de 12 millions de visiteurs uniques par mois, se rapprochant du prestigieux *New York Times*.
Josh Young lui-même est un bien étrange journaliste, qui n'écrit pas une ligne, ne fait ni enquête, ni reportage. Son travail : « gérer la communauté » et le flot des 2,3 millions de commentaires que reçoit chaque mois The Huffington Post. Pour ce faire, il s'appuie sur vingt autres *community managers* et… dix mille bénévoles.
Un idéal ? Non, un exemple, parmi des dizaines d'autres, de la rapidité et de l'ampleur des mutations qui traversent le monde des médias et de la capacité d'adaptation que doivent posséder aujourd'hui les

lisme

journalistes pour ne pas subir ces bouleversements, mais en être les acteurs.
Dans un paysage médiatique en perpétuelle recomposition, où le grand public est aussi producteur, commentateur, relayeur et diffuseur, le journaliste professionnel doit réinventer son rôle.
Pour ces raisons, une formation en journalisme ne saurait aujourd'hui se réduire à l'apprentissage de techniques. Certes, savoir réaliser une interview, conduire une enquête, couper un texte à bon escient ou encore rédiger un titre accrocheur et efficace demeurent indispensables, et une excellente maîtrise de ces savoir-faire, qui constituent le socle du métier, est plus que jamais incontournable.
Mais, aujourd'hui, une formation en journalisme doit aussi inclure les dimensions éthique, culturelle, sociologique, économique et politique des mutations en cours, pour placer le futur professionnel en situation d'anticiper celles à venir.

Marc Mentré

(1) Déclaration dans le cadre du Festival international du journalisme de Pérouse.

Filière journalisme, mode d'emploi

La filière journalisme est organisée pour répondre à l'ensemble des besoins de formation. Structurée autour de deux parcours qualifiants – rédacteur et secrétaire de rédaction –, elle propose également des modules d'approfondissement de quatre semaines (120 heures) sur la pratique multimédia, des cours du soir et de nombreux modules courts pour permettre aux professionnels de se perfectionner en multimédia.

LES FORMATIONS LONGUES

Journaliste rédacteur bimédia
Du 15 septembre 2011 au 13 juin 2012
Lire page 10
Secrétaire de rédaction bimédia
Formation diplômante
Du 1er septembre 2011 au 31 mai 2012
Lire page 12

LES FORMATIONS DE QUATRE SEMAINES

Journaliste rédacteur multimédia
Lire page 38
Édition multimédia
Lire page 39
Concevoir et réaliser un webdocumentaire
Lire page 40
Journalisme vidéo
Lire page 42

LES COURS DU SOIR

Techniques de base du journalisme
Les bases de la stylistique
Atelier d'écriture avec Hédi Kaddour
www.emi-cfd.com

LES MODULES PROS

Plus de 80 propositions de 1 à 5 jours
www.emi-cfd.com

Journalisme

Journaliste rédacteur bimédia

Du 15 septembre 2011 au 13 juin 2012

Parcours complet : 1085 heures dont 840 au centre et 245 en entreprise

OBJECTIF

Le journaliste est celui qui sait trouver l'information, ce qui implique des qualités d'observation, une grande curiosité et une solide culture générale. Il doit aussi être capable de synthétiser une masse considérable de documents écrits (dépêches d'agence, communiqués et dossiers de presse, rapports, etc.) et multimédias, ainsi que des sources diverses ; il doit être un bon reporter de terrain, un intervieweur aguerri et un enquêteur tenace. Il lui faut ensuite restituer cette information à l'heure, dans le format (texte, son, image ou mixte) et pour le média (journal papier ou web) demandés.
Le parcours de journaliste rédacteur est organisé pour former des professionnels capables de maîtriser la recherche et le traitement de l'information tels qu'ils sont pratiqués aujourd'hui dans les rédactions des quotidiens et des magazines, ainsi que sur les sites de presse ou *pure players*. La formation est centrée sur l'apprentissage des techniques propres au journalisme (rédaction, interview, reportage, enquête) et des outils indispensables à l'exercice de la profession (logiciels de PAO, montage son numérique). L'enseignement, assuré par des professionnels en activité, est également destiné à transmettre une attitude et un état d'esprit exigeants face à l'information et adaptés à ses enjeux actuels.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Culture du métier

Histoire de la presse et culture générale du web, culture de l'image, environnement professionnel et acteurs de la presse, grands principes économiques, institutions européennes.

2 - a) Techniques de base

Le travail de desk, l'écriture, les genres journalistiques : brève, synthèse, mouture, compte rendu, interview, reportage, portrait.

2 - b) Les sources

Organiser sa recherche d'information, recouper ses sources, les protéger ; gérer ses archives, sa documentation, son carnet d'adresses, savoir utiliser internet.

3 - a) Secrétariat de rédaction

Les niveaux de lecture, les titres, les chapôs, les intertitres, les accroches, les légendes, la réécriture, les coupes et corrections, apprentissage d'InDesign.

3 - b) Qualité de la langue française

Grammaire, stylistique ; les principes de la vulgarisation.

4 - L'enquête

Trouver un sujet ; préparation, documentation, choix de l'angle, construire un plan ; la rédaction, l'écriture magazine.
Réalisation d'une enquête.
Encadrement par petits groupes assuré par des journalistes expérimentés.

5 - Droit et déontologie

Droit de la presse, droits et devoirs des journalistes, la carte de presse, éthique et déontologie de la profession.

QP-JR

6 - La commercialisation

La pige ; connaître le marché ; le synopsis ; savoir contacter une rédaction, la rémunération, etc.

7 - La photo

Les principes de la photo numérique (pour le papier et l'internet), la composition de l'image, la prise de vues.

8 - Le son sur le web

Le journalisme radio orienté vers le web : micro, interview, reportage, montage numérique ; installer un son dans une page web ; le podcast.

9 - La vidéo sur le web

Le journalisme vidéo orienté pour le web : le plateau, l'interview, le reportage, le commentaire sur images, la prise en main de la caméra, le cadrage, le montage.

10 - Le journalisme web

La logique de l'information multimédia, les principes de l'écriture web, le reportage et l'interview multimédia.

11 - Formation bimédia

Réalisation d'un site d'information et d'un hebdomadaire papier.

12 - Spécialisation

Trois modules de spécialisation de quatre semaines font partie du parcours. Ils seront choisis avec le stagiaire au cours d'un entretien individuel, en fonction de son profil et de son projet professionnel.

Édition pour le web
Conception d'un webdocumentaire
Vidéo Niveau II

13 - Stage pratique en entreprise

Dans une rédaction de la presse quotidienne nationale ou régionale, de la presse périodique ou de la presse en ligne.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude à l'exercer. Un entretien avec deux membres de l'équipe pédagogique permet de valider le projet de chacun et d'élaborer un cursus personnalisé.

PARTICIPANTS

Personnes possédant une culture générale solide, une parfaite maîtrise de la langue française, une bonne aptitude aux outils informatiques et des dispositions pour le travail en équipe. Le niveau demandé est bac + 3.
La maîtrise de langues étrangères (en particulier l'anglais) est un plus.

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : InDesign, Photoshop, SPIP, WordPress.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac. Caméras Sony PD 170, HDV Z1 ou V1.
Logiciels de montage Final Cut Pro ou Premiere Pro au choix.
Pour la lumière : mandarines, fluos, blondes, boules chinoises.
Pour la prise de son : micros-cravates, HF, canons ou mains.

Tarif salarié :
13 950 euros HT
Financement individuel :
7 900 euros TTC

Journalisme

Secrétaire de rédaction bimédia

Du 1er septembre 2011 au 31 mai 2012

Ce parcours diplômant est inscrit au Répertoire national de la certification professionnelle (niveau II)

Parcours complet : 1075 heures dont 900 au centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Le SR est un personnage pivot dans un journal papier, quotidien ou magazine comme sur un site web.
Le parcours de secrétaire de rédaction bimédia est donc conçu pour former des professionnels capables de maîtriser l'ensemble de la chaîne de fabrication des journaux, quotidiens ou magazines, et de réaliser l'édition plurimédia de sites de presse.
L'exercice de ce métier exigeant requiert une excellente culture générale, une connaissance approfondie de l'univers des médias, de réelles qualités d'écriture, une bonne orthographe, de solides capacités d'organisation, ainsi que l'aptitude à travailler en équipe.
Les secrétaires de rédaction doivent aussi connaître sur le bout des doigts les logiciels actuels de mise en pages, être initiés aux nouvelles technologies, dotés de bonnes notions de fabrication et pouvoir travailler dans un environnement plurimédia évolutif, où se mêlent le texte, le son, l'image et l'infographie.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Pratique professionnelle, mise à niveau

Techniques de base du journalisme, travail des sources sur internet, rédaction informatisée, grammaire et correction, initiation à la PAO.

2 - Culture du métier

Histoire de la presse et culture générale du web, culture de l'image, environnement professionnel et acteurs de la presse, grands principes économiques, institutions européennes.

3 - Édition de presse

Niveaux de lecture, titraille (surtitre, titre, chapô, accroche, intertitre, légende), édition d'une séquence de quotidien et de magazine (traitement rédactionnel, graphique, photographique et infographique). Style, adaptation au support ou au genre journalistique.

4 - Droit et déontologie

Droit de la presse, droits et devoirs des journalistes, la carte de presse, éthique et déontologie de la profession.

5 - Maquette

Typographie, mise en pages (gabarit, calibrage, modules). Déclinaison d'une maquette de presse, travail de recherche iconographique.

6 - Correction

Code typographique, protocoles de relecture, réécriture.

7 - PAO

Mise en pages sur écran : apprentissage d'InDesign et de Photoshop, emploi des fichiers PDF, systèmes rédactionnels de réalisation et de production.

QP-SR

8 - Fabrication

Chemin de fer, planning, chaîne graphique, circuit de fabrication, procédés d'impression, papier, encre, imposition, trames, photogravure.

9 - Éditer dans un environnement plurimédia

La lecture sur le web ; la conception de l'information sur le web, l'infographie, éditer et mettre en forme le texte pour internet ; éditer le son, éditer la vidéo, gérer et valider les liens, éditer les mix numériques, éditer les portfolios, créer et valoriser des niveaux de lecture web ; piloter et organiser le flux des contenus.

10 - Travaux pratiques

En temps réel, encadrés par des rédacteurs en chef techniques, premiers secrétaires de rédaction et secrétaires de rédaction en poste dans des quotidiens, des magazines et des sites. Réalisation d'un journal-école, *Médialibre*, et d'un site web, en collaboration avec les stagiaires graphistes.

11 - Spécialisation

Trois modules de spécialisation de quatre semaines font partie du parcours. Ils seront choisis avec le stagiaire au cours d'un entretien individuel, en fonction de son profil et de son projet professionnel.

Édition pour le web
Conception éditoriale d'un site
Perfectionnement correction et réécriture

12 - Stage pratique en entreprise

Dans une rédaction de la presse quotidienne nationale ou régionale, de la presse périodique ou de la presse en ligne.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude à l'exercer. Un entretien avec deux membres de l'équipe pédagogique permet de valider le projet de chacun et d'élaborer un cursus personnalisé.

PARTICIPANTS

Personnes possédant une culture générale solide, une parfaite maîtrise de la langue française, une bonne aptitude aux outils informatiques et des dispositions pour le travail en équipe. Journalistes souhaitant se spécialiser.
Le niveau demandé est bac + 3.

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Photoshop, éditeurs HTML, SPIP.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.

Tarif salarié :
13 950 euros HT
Financement individuel :
7 900 euros TTC

Multim

Le capital confiance

Si le web est ludique et technologique, l'information doit être précise et construite. Dans le tourbillon numérique, les sites doivent s'élaborer avec méthode et rigueur.

Jean Sylvestre

Responsable de la filière multimédia de l'École des métiers de l'information. Consultant en conception éditoriale de sites web pour SDC Conseil et Édition, il est le maître d'œuvre de projets pour de grandes sociétés et des éditeurs.
Il enseigne la stratégie éditoriale à l'université Paris-IV-Sorbonne.

La profusion des innovations techniques ou marketing fait tourner la tête. Qui aurait pensé qu'un simple trombinoscope d'étudiants de Harvard regrouperait, ne serait-ce qu'en France, plus de 15 millions de personnes, dont certaines passeraient des heures entières à alimenter leur profil Facebook pour recommander à leurs proches leurs dernières découvertes ? Qui pouvait penser que des opérateurs de téléphonie tout-puissants seraient pris de vitesse par la boutique en ligne d'un fabricant d'ordinateurs, qui propose des applications simples, ludiques et pratiques sur son terminal high-tech, l'iPhone ? Les nouvelles tablettes vont-elles sonner le glas ou le renouveau du livre ? Vont-elles ouvrir un nouveau spectre d'usage hier encore embryonnaire ?
Mais, lorsqu'il s'agit d'informer et non plus de distraire, la curiosité et le vertige de ce tourbillon technologique doivent s'accompagner d'une méthode et de repères précis. L'information est

une denrée périssable et fragile. Pour chacun de nous, elle est source d'émotions, mais aussi de décisions et de réflexion. Les sites de presse, malmenés pendant plusieurs années par le modèle dominant du flux, qui contraignait à une course sans fin pour une publication toujours plus rapide, retrouvent leur place et leur rôle incontournable dans le traitement de l'information : les sujets se développent et se diversifient. Les sites se positionnent et alimentent leur contenu afin d'offrir jour après jour à leur public une qualité, un confort et des habitudes de lecture et de participation.

Les internautes ont besoin de véritables *projets* de presse : l'information n'est pas une matière comme une autre. Aux professionnels d'adapter leur métier au progrès technologique, en les mettant au service d'un contenu exigeant et riche, pour partager leurs connaissances avec les utilisateurs.

C'est à ce prix seulement que ce capital unique que constitue la relation de l'internaute aux sites de presse (et notamment les habitudes et la confiance qui la constituent) pourra trouver les formes adaptées à l'ensemble des supports, du mobile au papier en passant par la tablette.

Participer à ces projets est une perspective stimulante autant qu'un défi.

Jean Sylvestre

Filière multimédia, mode d'emploi

Si le multimédia traverse toutes les filières de l'emi, la filière web propose un parcours spécifique : responsable éditorial de site. Nombre de modules spécialisés s'organisent autour des pôles Conception, Rédaction, Édition et Outils. Et de nombreux stages pros et modules sur mesure permettent d'explorer tous les aspects de la pratique numérique.

LA FORMATION LONGUE

Responsable éditorial de site web
Du 4 avril au 29 juillet et du 5 septembre au 7 octobre 2011
Lire page 16

LES FORMATIONS DE QUATRE SEMAINES

Journaliste rédacteur multimédia
Lire page 38
Édition multimédia
Lire page 39
Conception graphique pour le web
Lire page 43
Concevoir un livre numérique
Lire page 45

LES CYCLES D'AOÛT

Initiation au secrétariat de rédaction print et web
Les outils du graphisme web
www.emi-cfd.com

LES MODULES PROS

Plus de 80 propositions de 1 à 5 jours
www.emi-cfd.com

Multimédia

Responsable éditorial de site web

Du 4 avril au 29 juillet et stage en entreprise du 5 septembre au 7 octobre 2011

Parcours complet : 655 heures dont 480 au centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Un site web ne peut plus se contenter d'être un simple regroupement d'informations. Il doit offrir un véritable service de qualité. Le responsable éditorial web assure l'animation et la mise en cohérence des contenus publiés sur le site qu'il supervise. Il anticipe les évolutions éditoriales et fonctionnelles.

Ces compétences reposent sur une maîtrise des spécificités de la communication interactive et des traitements multimédias.

Deux axes organisent cette formation :

– le positionnement du site, c'est-à-dire la promesse qu'il fait à son public et que celui-ci s'attend à voir satisfaite ;

– les formats de l'information : ils doivent fournir des repères de lecture, qui offrent un confort de consultation.

Ce parcours apprend aux professionnels de la presse et de la communication à maîtriser la conception et le pilotage de leur site. Ils doivent pour cela disposer des méthodes et des outils qui permettent d'organiser l'alimentation du site en cohérence avec ses ambitions, sa promesse et les attentes du public. Qualité des contenus et services, relation avec les internautes et rythme d'actualisation sont en effet les trois pièces maîtresses d'un site internet.

Ce parcours peut faire l'objet au préalable d'un module optionnel de 30 heures sur les techniques de base du journalisme.

PROGRAMME

1 - L'audiovisuel sur le web

Réalisation de sujets audio et vidéo.
Aspects techniques du traitement et de la mise en ligne.
Pratique de logiciels de montage audiovisuel.
Production des composants accompagnant un document audiovisuel.
Réception d'une production.

2 - Culture technique

Quelques grands principes de fonctionnement de l'internet.
Les caractéristiques techniques d'un site.
Repères sur différents termes et langages (XHTML, CSS, base de données).
Lire et analyser des statistiques de fréquentation.
Principes des CMS, présentation de trois CMS (Drupal, SPIP, WordPress).
Pratique en tant qu'administrateur du CMS SPIP.
Critères de choix d'un CMS pour son projet.

3 - Analyse éditoriale d'un site

Analyse d'un site, de son positionnement, de son mode de traitement de l'information, de son rythme et de la relation avec ses lecteurs.
Analyse de la place des différents dispositifs de communication disponibles et positionnement relatif des moyens internet.
Application à la création de newsletters associées à un site.

4 – Organiser l'animation d'un site

Les parcours de lecture et les indicateurs caractéristiques de la vie d'un site.

QP-RES

Le choix des formats et leur cycle de vie. La chaîne de production, ses acteurs et ses tâches. Les points de contrôle.
Quel est l'équivalent d'un BAT pour un site en production continue ?
La gestion de l'audience (commentaires, forums, chats, etc.).
S'appuyer sur le traitement de l'information pour faire connaître son site.

5 - Conception éditoriale d'un site

Définition d'une nouvelle rubrique ou d'un nouveau service.
Définition des processus liés au sujet.
Conception éditoriale d'une rubrique événementielle.
Le chemin de fer pour le web.
Diagnostic préalable à une refonte.
Hébergement. Référencement et syndication.
Suivi de projet de refonte : phases, acteurs, coûts, délais, plannings, appels d'offres.

6 - Projets-école

– Un projet au long cours pour mettre en pratique les acquis de la formation : animation d'un site web, choix et mise en format, gestion de l'audience.
– Un projet de conception éditoriale (définition de la refonte, création d'une rubrique événementielle ou d'une newsletter).

7 - Stage pratique en entreprise

Dans une entreprise, un service de communication, en institution locale, régionale ou culturelle ou un site web d'information.

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Les tests écrits permettent de vérifier les connaissances du candidat et servent de base aux entretiens individuels, dont l'objet sera l'orientation et la personnalisation des parcours. Les cours du soir offrent aux personnes souhaitant suivre ce stage la possibilité de se mettre à niveau.

PARTICIPANTS

Compétences requises : une connaissance de l'univers de la presse et de la communication, une expérience de l'écriture journalistique ainsi qu'une première pratique des outils du web. L'exercice de responsabilités est également utile.

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels (dernières versions) : Photoshop, Flash, DreamWeaver, SPIP, Drupal, WordPress, etc.

Tarif salarié :
9 350 euros HT
Financement individuel :
5 500 euros TTC

Photo

Quand on aime, on a toujours 20 ans ?

En 2011, la formation qualifiante en photojournalisme de l'emi fêtera ses vingt ans. L'environnement est bouleversé par les révolutions du numérique, mais il importe toujours de garder la bonne distance. Avec ses sujets, avec ses publics.

Wilfrid Estève

Photojournaliste, Wilfrid Estève est responsable de la filière photo à l'emi ainsi que de la direction artistique et éditoriale du studio de production multimédia Hans Lucas. Président de l'association FreeLens, il est également vice-président de l'Union des photographes professionnels (anciennement UPC) et a reçu en 2005, en tant qu'auteur, la mention spéciale du prix Nadar pour l'ouvrage *Photojournalisme, à la croisée des chemins*.

Pour devenir journaliste photo, il n'existe pas de mode d'emploi. Le but de la formation qualifiante en photojournalisme n'est pas de théoriser la pratique d'un métier, mais plutôt d'en donner les clés, de proposer des pistes, de jeter les bases d'une réflexion dont chacun devra ensuite s'emparer. Il ne suffit pas d'être curieux, de trouver des idées, de choisir un bon angle, d'écrire un synopsis ou d'identifier les médias qui seront amenés à le produire mais, également, de réussir à affirmer son regard : se confronter au monde et aux autres pour évoluer harmonieusement dans un milieu professionnel dont il est nécessaire de comprendre les attentes et les règles.

L'ensemble des expériences des diverses personnalités rencontrées durant la formation permet de mettre en lumière différents modes de fonctionnement du travail de photographe, ainsi que les spécificités de chaque média, les rouages à connaître pour produire et publier un sujet, les écueils à éviter, les questions à se poser.

Les interrogations ne manquent pas : comment donner du sens à ses idées et à sa production ?

Filière photo, mode d'emploi

La filière photo de l'emi est organisée autour de deux parcours qualifiants, l'un de photojournaliste et l'autre d'iconographe. Elle propose également des formations de perfectionnement d'une durée de quatre semaines, un cycle d'initiation au mois d'août et de nombreux modules professionnels. En outre, des formations sur mesure sont conçues pour répondre aux besoins spécifiques des entreprises.

Dans quel récit multimédia s'inscrire : webreportage, documentaire interactif ou POM ? Dans quelle structure le photographe peut-il s'intégrer aujourd'hui ? Doit-il se fier à ses affinités personnelles ou se plier aux exigences de ses commanditaires ? Avant de s'orienter vers une agence ou un collectif, il faut en comprendre les tenants et les aboutissants. S'il veut s'épanouir, le photographe doit choisir la solution qui s'accommodera le mieux avec la démarche qu'il revendique.
Le photojournaliste doit aussi savoir gérer ses relations avec les rédactions : batailler pour décrocher un rendez-vous, apprendre à présenter un sujet pour optimiser les chances de le faire publier.
Dans cette relation qui tient parfois du rapport de forces, il est primordial de connaître ses droits, les textes qui régissent le statut du photographe et le droit à l'image. Cette formation est un laboratoire d'idées, d'échanges et d'expériences qui permet de s'émanciper. De s'affranchir.

Wilfrid Estève

LES FORMATIONS LONGUES

Photojournaliste
Du 10 octobre 2011 au 25 mai 2012
Lire page 20
Iconographe bimédia
Du 7 février au 4 juillet 2011
Lire page 22

LES FORMATIONS DE QUATRE SEMAINES

Concevoir et réaliser un webdocumentaire
Lire page 40
Iconographie multimédia
Lire page 41
Journalisme vidéo
Lire page 42

LES CYCLES D'AOÛT

Initiation à la photo de presse
www.emi-cfd.com

LES MODULES PROS

Plus de 80 propositions de 1 à 5 jours
www.emi-cfd.com

Photo

Photojournaliste

Du 10 octobre 2011 au 25 mai 2012

Parcours complet : 925 heures dont 750 au centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Ce stage a pour objectif de permettre de s'insérer sur le marché du photojournalisme (presse, édition, agences de presse et multimédias). Les aspects du métier sont abordés par une pratique intensive des différentes approches : l'actualité, le magazine, le documentaire, la photographie sociale, le multimédia.
Comment donner du sens à ses idées et à sa production ? Dans quel récit multimédia s'inscrire : vidéographie, documentaire interactif ou POM ? Dans quelle structure le photographe peut-il s'intégrer aujourd'hui ? Doit-il se fier à ses affinités personnelles ou se plier aux exigences de ses commanditaires ?
La formation en photojournalisme de l'emi apporte des pistes de réflexion pour prendre du recul.
Le stage se déroule dans les conditions réelles d'une rédaction (revue de presse, comité de rédaction, comptes rendus et critiques). Chacun doit traiter un sujet de son choix lié à un phénomène de société, est amené à couvrir des faits d'actualité et à produire collectivement un projet photographique. Dans le respect du style de chacun, l'enseignement s'attache à transmettre une approche méthodologique des règles du journalisme et un esprit critique.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

QP-PHJ

PROGRAMME

1 - Initiation aux techniques du journalisme

Le suivi et la hiérarchie des informations, la notion d'angle ; rédaction de brèves et de synthèses, prise de notes sur le terrain, légendes photo.
Comment rédiger un synopsis, déclencher des productions ?

2 - Culture générale

Les connaissances fondamentales (histoire du photojournalisme, sémiologie, législation, droit de l'image, les enjeux de la culture numérique, etc.) sont dispensées par des spécialistes.
Des représentants de la presse (directeurs de services photo, d'agences et rédacteurs en chef) participent régulièrement.

3 - Conception et gestion de projet culturel et multimédia

Direction artistique, éditoriale et de production.
Recherche de partenaires publics et privés, établissement d'un budget prévisionnel, définition d'un plan prévisionnel de diffusion, techniques de commercialisation.

4 - Édition des sujets

La priorité est donnée à l'apprentissage sur le terrain et à l'analyse régulière des travaux et des conditions dans lesquelles ils ont été effectués.
Les sujets réalisés sont présentés dans les rédactions.
L'aspect commercial, la rentabilité et la mise de fond sont largement évoqués, en parallèle à la pratique courante du photojournalisme.

5 - Les ateliers

Les techniques argentiques et numériques.
L'utilisation de la lumière.
Le portrait.

6 - Editing et postproduction

Outils et méthodes : organisation, catalogage, archivage, plan de nommage.
Bridge, Expression Media, Lightroom, PhotoMechanic, XnView.

7 - Traitement numérique des fichiers brut Raw

8 - Traitement documentaire de l'image

Métadonnées, IPTC, Xmp, Indexation...

9 - Sources et recherches

Les banques d'images : agences de presse, agences photo, collectifs, *corporates*, institutionnels.
Moteurs de recherche (image, vidéo, son).

10 - Conception, réalisation et gestion d'un blog WordPress dédié à l'image fixe

Structure éditoriale d'un blog : exemples et méthodes.
Bases techniques : langage HTML, feuilles de style, typologie de fichiers, import/export via serveur FTP.
Atelier : choix de thèmes, extensions, galeries multimédias, éditeurs texte, tags, liens avec les réseaux sociaux. Mise en ligne, enrichissement et mise à jour.

11 - Réalisation de modules POM

Intervention de réalisateurs image et son, pour réaliser des POM, petites œuvres multimédias (module d'information vidéo réalisé uniquement à partir de photographies).
Initiation à la captation sonore, à la scénarisation et au logiciel de montage audiovisuel Final Cut.

12 - Spécialisation

Trois modules de spécialisation de quatre semaines font partie du parcours. Ils seront choisis avec le stagiaire au cours d'un entretien individuel, en fonction de son profil et de son projet professionnel.
Conception d'un webdocumentaire
Vidéo Niveau II
Les outils avancés du web

13 - Stage pratique en entreprise

Dans la presse papier ou en ligne, en agence photo, en magazine, maison d'édition, département de communication, ONG ou institution...

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION
Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude à l'exercer. Le recrutement se fait sur examen, en trois parties : culture générale, épreuve pratique, réalisation d'un reportage photo et entretien individuel avec deux membres de l'équipe pédagogique.

PARTICIPANTS
Les postulants doivent posséder une bonne maîtrise technique de la photographie et un matériel en bon état (composé au minimum d'un boîtier, de trois optiques, d'un flash et d'un pied).

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL
Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes couleur et à l'internet. Scanners Nikon et Agfa.
Logiciels : Photoshop, Expression Media.
Logiciels de montage image et son : Final Cut Pro, Premiere Pro, Audacity, Soundslides.
Fils AFP textes et photos.

Tarif salarié :
13 950 euros HT
Financement individuel :
8 500 euros TTC

Photo

Iconographe bimédia

Du 7 février au 4 juillet 2011

Parcours complet : 655 heures dont 480 en centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Le métier d'iconographe figure parmi ceux qui ont évolué le plus ces dernières années. Les technologies numériques de production et de diffusion bouleversent en effet les pratiques des professionnels de l'image. L'emi a donc entièrement repensé sa formation.
L'objectif est de permettre aux stagiaires d'acquérir les techniques de la recherche documentaire (textes, vidéo, image), de développer son réseau de sources, de porter un regard critique sur les images et d'appréhender la gestion des droits d'auteur. Mais les iconographes devront également assurer d'autres fonctions et missions : organiser un service photo, briefer des photographes, scénariser et valoriser un sujet photo, vendre un projet et maîtriser tous les aspects de la fonction d'éditeur d'images pour la presse, l'édition, le web et la communication. Cette formation a été conçue et élaborée en partenariat avec l'ANI (Association nationale des iconographes).

PROGRAMME

1 - Culture et techniques de l'image et de la presse

Histoire de la photographie, analyse et sémiologie de l'image, typologie et fonctions de l'image. Exemples de récits multimédias et analyse des images et des sons. La ligne éditoriale, le sens de lecture, le brief et le *rough*. Connaître la chaîne graphique et ses interlocuteurs, choisir et briefer un auteur, organiser une production. Les techniques photographiques. Les images numériques, leurs formats. Les logiciels de retouche, d'archivage et de catalogage (Photoshop, Bridge, Fotostation, XnView, Expression Media...)

2 - Recherches documentaires et rédaction

Les bases de la recherche documentaire sur internet et du traitement de l'information.
Les techniques journalistiques : niveaux de lecture, angles...
Les recherches préalables à un reportage.
L'analyse de l'image et les techniques d'indexation.
Métadonnées, IPTC, mots-clés et thésaurus.
La numérisation et l'organisation d'un fonds.
Monter un projet de photothèque (cahier des charges, archivage, stockage).
Les logiciels spécialisés (Expression Media, Ajaris, Orphea, etc.).
Préparer une recherche : les priorités, les sources pertinentes, les particularités de la recherche de vidéos ou de sons.
Se constituer un carnet d'adresses et le développer.

3 - Gestion et organisation

Acquérir les connaissances de base nécessaires au respect du code de la propriété intellectuelle et du droit à l'image.
Les droits d'auteur, le droit des images, le droit de la presse, les droits dérivés, les statuts des photographes et des iconographes.
Les contrats. Les piges et les tarifs, le budget d'un reportage, d'une exposition...

4 - Mettre en scène, éditer, scénariser

L'editing, l'ordonnancement des photos.
Le rythme des images selon le support de diffusion : presse, expo, livre, web, book...
Les logiciels d'editing : Fotostation, Bridge, Expression Media...
Scénariser les images pour le web : diaporama, POM (petite œuvre

mulltimédia). Bâtir une architecture sonore comme scénario.
Le montage : ses enjeux et les logiciels Final Cut, Premiere...
Le diaporama, la mise en conformité des images pour le montage.
Mettre en place un projet d'exposition.

5 - Vendre et négocier

Présenter ses images aux décisionnaires (directeurs artistiques, rédacteurs en chef, clients, etc.).
Chiffrer, rédiger et présenter un projet photographique pour un prix, une subvention, une galerie, un festival, une institution, etc.
Appréhender les enjeux de l'agent de photographe pour la communication d'entreprise et la presse, cibler les clients potentiels, décrocher un rendez-vous, comprendre et connaître les besoins des clients, établir un devis, répondre au brief...
Créer son réseau et savoir se vendre.

6 - Spécialisation

Trois modules de spécialisation de quatre semaines font partie du parcours. Ils seront choisis avec le stagiaire au cours d'un entretien individuel, en fonction de son profil et de son projet professionnel.
Conception d'un webdocumentaire
Édition pour le web
Conception éditoriale d'un site

7 - Stage pratique en entreprise

Dans la presse papier ou en ligne, en agence photo, en magazine, en service de communication...

Le programme de ce parcours qualifiant est défini de façon modulaire pour chaque candidat.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du secteur de la presse, de la photographie et de l'édition, et son aptitude à exercer le métier d'éditeur d'images.
Un entretien avec deux responsables pédagogiques permet d'élaborer pour chaque candidat un cursus personnalisé.

PARTICIPANTS

Passionnés de photographie possédant une bonne culture générale, documentalistes, journalistes, maquettistes, photographes, historiens de l'art...

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Logiciels de traitement, d'archivage et de catalogage d'images : Expression Media, Photoshop, Bridge, Lightroom, FotoStation, XnView, Graphic Converter.
Éditeurs de blog : WordPress.
Logiciels de montage image et son : Final Cut Pro, Premiere Pro, Audacity, Soundslides.
Accès aux bases de données des principales agences photo et collectifs.
Fils AFP textes et photos.

Tarif salarié :
9 750 euros HT
Financement individuel :
6 200 euros TTC

Vidéo

Le tube de l'année

Le foisonnement des images sur les plates-formes de partage ne doit pas faire illusion. La place existe, sur le web, pour une vidéo de qualité, exigeante et professionnelle. Car si l'image animée est un flux, c'est aussi un langage.

Laurent Catherine

Journaliste et réalisateur de documentaires télévisuels. Il a notamment réalisé *Jeunes en prison* pour Canal +, *Léon Blum et la montée des fascismes* pour France 5. Formateur à l'emi depuis de nombreuses années, il est responsable de la filière vidéo depuis janvier 2009.

Toujours plus de vidéos dans les tuyaux.
Toutes les minutes, dix heures d'images et de sons sont mises en ligne sur YouTube, première plate-forme de partage de vidéos sur internet. Deux portails d'hébergement sont leaders aujourd'hui : Daily Motion, avec 1 milliard de vidéos vues par mois, et YouTube, pour 1 milliard... par jour. Ce succès lui permet d'être le deuxième moteur de recherche derrière Google, sa maison mère. Un emballement, une course folle qui rend urgente la mobilisation des groupes de presse autour de projets éditoriaux valorisant la production vidéo. Il s'agit bien là d'un outil que les journalistes de presse écrite et de radio doivent maîtriser sous peine d'être dépassés.
La facilité d'accès aux vidéos en ligne change profondément notre rapport à l'information. Les plus jeunes ont tendance à utiliser YouTube comme un véritable moteur de recherche,

c'est-à-dire à considérer le web uniquement sous l'angle visuel et sonore. Le site est en passe de devenir l'encyclopédie vidéo qui vous renseigne sur la danse contemporaine comme sur la politique locale ou qui permet de porter un regard sur l'actualité. Mais, dans ce maelström d'images, de bandes-annonces, de clips et de sons en tous genres, la qualité de l'information, de sa hiérarchisation et de sa scénarisation, la pertinence du regard restent et resteront ce qui distinguera un projet de tous les autres.
Le grand public dispose désormais des mêmes outils que le vidéaste. La concurrence est donc rude pour capter son attention. Le seul moyen de se distinguer est d'élever le niveau des productions proposées par les sites d'information.
La vidéo a pris ses quartiers sur internet. Elle doit maintenant, en se professionnalisant, y acquérir ses lettres de noblesse.

Laurent Catherine

Filière vidéo, mode d'emploi

Créée en 2009, la filière vidéo propose la dernière-née des formations longues de l'emi, organisée autour d'un parcours qualifiant de près de six mois. Pour tous, la vidéo est devenue une compétence recherchée. Nous avons donc décidé d'élargir notre offre autour de la vidéo pour le web et de proposer des formations de quatre semaines, ainsi que de nombreux modules courts. L'emi répond également aux demandes spécifiques des entreprises de presse et de communication, avec du coaching, du suivi de projet et des formations sur mesure.

LA FORMATION LONGUE

Journaliste vidéo multimédia
Du 1er mars au 29 juillet 2011
Lire page 26

LES FORMATIONS DE QUATRE SEMAINES

Concevoir et réaliser un webdocumentaire
Lire page 40
Journalisme vidéo
Lire page 42

LES COURS DU SOIR

Prise de vues et montage vidéo
www.emi-cfd.com

LES CYCLES D'AOÛT

Les bases de la réalisation vidéo
www.emi-cfd.com

LES MODULES PROS

Plus de 80 propositions de 1 à 5 jours
www.emi-cfd.com

Vidéo

Journaliste vidéo multimédia

Du 1er mars au 29 juillet 2011

Parcours complet : 655 heures, dont 480 heures au centre et 175 heures en entreprise

OBJECTIF

Ce parcours qualifiant, ouvert aux journalistes salariés et indépendants ou aux personnes en recherche d'emploi, délivre le savoir-faire journalistique et la technique indispensable à la réalisation de vidéos. Il offre les compétences nécessaires à la maîtrise de l'ensemble de la chaîne audiovisuelle, dans le but de produire, animer et réaliser un projet vidéo pour les médias audiovisuels *on line* ou *off line*.
Chaque stagiaire réalisera et montera une dizaine de sujets vidéo, un reportage, des sujets radio et un court métrage photo. Ce parcours peut faire l'objet au préalable d'un module optionnel de 30 heures sur les techniques de base du journalisme.

PROGRAMME

1 - Penser, écrire et réaliser une vidéo pour le web

Penser et apprendre à hiérarchiser son sujet pour le web. Penser la vidéo comme élément du récit multimédia.

2 - La prise de vues vidéo

Le repérage (sur le terrain ou par téléphone), l'interview, la lumière et la prise de son.
Réaliser un plan de tournage pour prévoir et optimiser le montage.

3 - Le langage audiovisuel

Qu'est-ce qu'un plan ? Réaliser des mouvements (zoom, panoramique, travelling), la durée des plans, le temps de lecture nécessaire. La composition d'un cadre (premier plan, arrière-plan, profondeur de champ), la vie d'un plan.

4 - Prise en main de la caméra

Le matériel nécessaire au tournage. Navigation dans les menus, réglage des paramètres.
Exercices pratiques, visionnages.

5 - Réalisation d'images et de sons

L'image comme information à part entière. Apprendre à s'exprimer par l'image. Debriefing et critique.
Les ambiances sonores.

6 - Le montage virtuel

Prise en main d'un logiciel (Final Cut ou Premiere Pro).
Comment raconter son histoire ?
Écriture du plan de montage.

7 - La grammaire du montage

Les raccords, la narration, les ellipses, les plans de coupe ou d'illustrations.
Comment commencer ? Comment s'organiser ?
Montage 3 points : définition, explication du « in » et « out » dans le rush et sur la *timeline*.

8 - Techniques de l'interview

La force de l'interview audiovisuelle : le timing technique. Les différentes formes (micro-trottoir, témoignage en situation). Soigner son introduction et sa première question. La relance.

9 - Le tournage de l'interview

Préparation et installation.
Placement de l'interviewé, direction du regard.
Utilisation de l'éclairage d'appoint (minettes, mandarines).

10 - La prise de son en vidéo

Choisir son matériel en fonction du sujet et de ses difficultés (micro-cravate, HF, micro-canon ou main...). Essais des différents micros en situation.

11 - Éclairage et lumière

La balance des blancs, les températures de couleur, les filtres. L'éclairage d'appoint (minettes, mandarines, fluos, *leds*...). Comment éclairer un personnage, éviter les ombres, varier les intensités lumineuses.

QP-JVM

12 - Commentaire sur images, plateau de situation et voix *off*

Le rapport texte/image. Écrire pour être entendu. La voix et le timing. Être convaincant. Travailler son élocution.

13 - Culture web

Outils, usages, écritures et environnements. Penser l'info pour le web. L' évolution du journalisme.
La scénarisation. Le choix des formats, la convergence des médias.

14 - Finaliser son montage

Logique et astuces du montage. Les effets, les transitions, la musique, les commentaires, le montage du son, l'habillage (synthés, titres). Effets, fusion des pistes et transitions.
Description de la palette d'effets, Initiation à l'étalonnage.
Titrage : définition de l'outil Titrage (paramétrage, onglet contrôle, mise en pratique).

15 - La mise en pages sur le web

La compression ou l'encodage : principes techniques, codecs et formats.
La diffusion sur le web : téléchargement, téléchargement progressif, streaming.
Les solutions d'encodage. Intégration web avec DreamWeaver.

16 - Le son pour le web

Les outils, les logiciels de montage.

17 - La photographie

La composition de l'image, la prise de vues.
Réalisation d'un diaporama.

18 - Stage pratique en entreprise

Dans une entreprise, un service de communication, en institution locale, régionale ou culturelle ou un site web d'information.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

La sélection se fait au moyen d'une série d'épreuves-tests, programmées sur une journée. Elle sera suivie, pour les candidats admissibles, par un entretien individuel avec deux responsables pédagogiques de l'emi.

PARTICIPANTS

Les stagiaires, journalistes rédacteurs ou photographes, mais aussi graphistes, directeurs artistiques, responsables de communication, doivent posséder une bonne culture générale et une disposition pour le travail en équipe.

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Une caméra pour deux stagiaires (Sony PD 170, HDV Z1 ou V1).
Un poste de montage par stagiaire.
Logiciels de montage Final Cut Pro ou Premiere Pro au choix.
Pour la lumière : mandarines, fluos, blondes, boules chinoises.
Pour la prise de son : micros-cravates, HF, canons ou mains.
Encadrement : pour l'enseignement technique (son, lumière, montage), l'emi met deux formateurs à disposition (réalisateur et technicien).

Tarif salarié :
12 800 euros HT
Financement individuel :
7 300 euros TTC

Graphisme

Voir les mots et lire les images

Le graphiste est le metteur en espace et en image d'un message. Son but : faciliter la circulation du sens, ce qui dans un monde numérique se révèle à la fois complexe et passionnant.

Martine-Jeanne Billot

Graphiste indépendante depuis 1996, elle est engagée dans les secteurs culturel, social et artistique et collabore avec des vidéastes et des compositeurs pour la création de clips sonores et visuels. Elle est responsable de la filière arts graphiques à l'emi depuis 2005.

L'homme est-il en train de devenir une machine ? Le numérique est-il en train de faire de nous des interfaces ? Ne sommes-nous plus que des avatars perdus dans un monde virtuel rempli de signes nouveaux ?
À l'heure où le monde numérique pulse, de différentes manières et à différents rythmes, il faut entendre ses pulsations, les traduire, donner des réponses graphiques et les organiser sur différents supports, de l'écran de cinéma à celui du téléphone portable, en passant par l'ordinateur ou la tablette.
Alors, oui, nous sommes de plus en plus connectés. Oui, le numérique est en train de changer la face du monde et de la communication. Nous ne sommes pourtant pas des machines, mais des êtres sensibles, dont la vocation est d'imaginer des concepts, de sculpter les supports, d'ajouter de nouvelles dimensions dans les parcours de lecture, de faciliter la compréhension

des contenus d'information et de communication dans leurs multiples usages et fonctions, immédiates ou différées.
Ce sont de belles questions que nous nous posons avec nos stagiaires : comment le designer graphique s'empare-t-il des mutations de la société ? Comment intègre-t-il les évolutions technologiques qui ne sont que le prolongement du vivant ? Comment façonne-t-il le réel sans jamais oublier ses fonctions pédagogiques et sociales ?
Notre réponse est la suivante.
Le design graphique n'a qu'une quête : donner du sens au mot, au signe, à l'image et au son, ce qui nécessite un investissement affectif et mental.
La formation de graphiste à l'emi permet à chacun de se projeter dans un avenir en mutation où sa place de professionnel le rend honnêtement responsable.

Martine-Jeanne Billot

Filière graphisme, mode d'emploi

La filière arts graphiques/communication visuelle est organisée autour d'un parcours certifiant de graphisme plurimédia. Elle présente également un module de 120 heures de conception graphique pour le web, des cours du soir sur les outils de la PAO, et plusieurs modules courts, à découvrir sur : www.emi-cfd.com.

LA FORMATION LONGUE

Graphiste plurimédia
Formation diplômante
Du 1er septembre 2011 au 31 mai 2012
Lire page 30

LES FORMATIONS DE QUATRE SEMAINES

Concevoir et réaliser un webdocumentaire
Lire page 40
Conception graphique pour le web
Lire page 43

LES COURS DU SOIR

Les outils de la PAO
www.emi-cfd.com

LES CYCLES D'AOÛT

Les outils du graphisme web
www.emi-cfd.com

LES MODULES PROS

Plus de 80 propositions de 1 à 5 jours
www.emi-cfd.com

Graphisme

Graphiste plurimédia

Du 1er septembre 2011 au 31 mai 2012

Ce parcours diplômant est inscrit au Répertoire national de la certification professionnelle (niveau II)

Parcours complet : 1075 heures dont 900 au centre et 175 en entreprise

OBJECTIF

Cette formation professionnelle et certifiante permet d'être opérationnel dès la sortie, tant au niveau créatif que productif. Elle offre notamment une approche poussée de la création graphique et une maîtrise totale des logiciels.
Un graphiste se doit aujourd'hui de maîtriser les outils du print et du web ainsi que la problématique graphique de ces deux univers complémentaires. La formation confronte le stagiaire à de réelles situations de production, et ce tout au long de la formation et sur tous les supports. Elle est dispensée par des graphistes et par divers professionnels en activité, qui ont à cœur de transmettre avec passion leur spécialité, leur expérience et leurs savoirs.
Le graphiste sortant de cette formation est en mesure de concevoir, décliner et exécuter tout projet de support d'information et de communication (presse, communication, édition, web, vidéo-clip, animation, habillage TV, portable, e-book, e-journal, etc.). Il doit aussi pouvoir analyser le besoin d'un client et commercialiser sa production.

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Pratique professionnelle, mise à niveau

Les bases de la communication visuelle print et web.
Les différents supports graphiques et les diverses postures du métier.
Initiation aux logiciels de PAO.

2 - Culture du métier

Appréhension de l'histoire des arts plastiques, graphiques et typographiques en France et des postures du métier par des conférences actives.
Des graphistes exerçant dans différents secteurs transmettent leurs pratiques professionnelles.
Initiation aux logiciels de PAO et du web.

3 - Conception graphique en communication visuelle

Analyser et comprendre un brief ; le schéma de la communication ; les notions de contraste, de rythme, d'impact, de lisibilité, de visibilité ; les rapports particuliers entre le texte et l'image.
Concevoir et réaliser des objets graphiques, du logo à l'alerte mail, du texte à l'image, pour tous supports, imprimés et numériques.

4 - Outils de la PAO et du web

Pratique des logiciels InDesign, Illustrator, Photoshop, Flash, DreamWeaver.
Utilisation du scanner.

5 - Maquette et typographie

Acquérir les principes de mise en pages, s'adapter au projet rédactionnel, déclinaisons, chemin de fer, charte graphique et fondamentaux de la typographie : histoire, classification, choix et impact, harmonie et contraste.

6 - Atelier de production d'images

Adopter une démarche exploratoire avec tous les outils d'expression visuelle : papier, photoc (tirage photo en ligne), photographie, dessin, encre, peinture, animation.

7 - Techniques rédactionnelles

Maîtriser les mécanismes de la communication ; écriture journalistique et publicitaire ; accroches, titres, mots essentiels, style.

8 - Fabrication

Connaître la chaîne graphique : procédés d'impression, imposition, façonnage, matériaux.

QP-G

9 - Conception graphique en presse

Objectif : créer et réaliser une nouvelle formule de presse (un journal, un magazine-école), papier et web.

10 - Conception d'affiches et de principes de collection pour l'édition

Élaborer des principes de collections de livres en lien avec la formation d'éditeur.
Création d'affiches pour des commandes extérieures.

11 - Conception et réalisation graphique web

Les fondamentaux du web design (conception et méthode). Concevoir graphiquement des objets pour le web : alerte, borne, newsletter, site.

12 - La réalisation d'un book

Préparer son book et sa présentation pour un jury, un employeur, un client.

13 - Spécialisation

Trois modules de spécialisation de quatre semaines font partie du parcours. Ils seront choisis avec le stagiaire au cours d'un entretien individuel, en fonction de son profil et de son projet professionnel.
Conception éditoriale d'un site
Vidéo Niveau II
Les outils avancés du web

14 - Stage pratique en entreprise

Mise en pratique dans un lieu de production (rédaction, atelier de création, agence de communication).

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale et la culture visuelle du candidat, sa connaissance du métier, son aptitude à l'exercer.
Un entretien avec deux responsables pédagogiques permet d'élaborer pour chaque candidat un cursus dans l'objectif d'un devenir professionnel à long terme.

PARTICIPANTS

Toute personne ayant une culture artistique et désirant acquérir les connaissances théoriques et techniques du métier de graphiste.
Niveau bac + 2, + 3.

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels (dernières versions) : XPress, InDesign, Illustrator, Photoshop, Flash, DreamWeaver, etc.

Tarif salarié :
13 950 euros HT
Financement individuel :
7 900 euros TTC

Édition

Qu'est-ce qu'on numérise ce soir ?

Concevoir des livres numériques veut aussi dire, pour les éditeurs, s'emparer de projets. Sans perdre de vue ce qui fait le charme d'un livre : donner du sens.

Joseph Jacquet

Éditeur externe pour plusieurs maisons, principalement dans le secteur du livre jeunesse. Depuis 2007, il est responsable de la filière édition à l'emi.

Je me souviens du temps où, pour un retirage à 2 000 exemplaires, nous cherchions dans les tiroirs le CD d'archives et découvrions, fort marris, que le contenu s'était envolé… Adieu réimpression, veau, vache, cochon, couvée ! « La laitière et le pot au lait » est une fable qui illustre assez bien mon souvenir. Ce souvenir si proche qu'il est encore terriblement d'actualité chez nombre d'éditeurs. Et dire qu'aujourd'hui il nous faut faire des livres numériques ! Mais au fait, comment ça se fait, un livre numérique ? Et c'est quoi exactement ? du XML ou du PDF ? sur quel *device* ? tablette ou liseuse ? avec de la réalité augmentée ? Y'en a un peu plus, j'vous le mets quand même ? Allez, allez ! on lance une plate-forme et on ménage nos amis les libraires. Et si les éditeurs s'en emparaient, du livre numérique ? Si les

Filière édition, mode d'emploi

La filière édition est organisée autour de deux axes : un parcours qualifiant de secrétaire d'édition-éditeur, et une formation spécifique de correction et réécriture, d'une durée de 330 heures.
À partir de 2011, la filière édition de l'emi propose également une nouvelle formation de 120 heures sur la conception du livre numérique.

éditeurs, ceux qui font les livres, qui dialoguent avec les auteurs, les commerciaux et la fabrication, si ceux-là mêmes étaient formés à la culture numérique, à ses outils, et pouvaient ainsi être force de proposition comme ils le sont pour le papier ? Avec, au cœur de la conception éditoriale, la question du sens, celle qui donne une valeur réelle à toute création.
Quels sont les plans de formation au numérique pour les structures éditoriales qui font la culture d'aujourd'hui et de demain ?
L'aide au scanner, c'est nécessaire mais c'est loin d'être suffisant, il faut maintenant apprendre à concevoir pour l'univers numérique et réfléchir aussi à ce qui garde toute sa force et son sens sur du bon vieux papier.
Bienvenue à l'école.

Joseph Jacquet

LES FORMATIONS LONGUES

Secrétaire d'édition-éditeur
Du 1er septembre 2011 au 20 juin 2012
Lire page 34
Correction et réécriture
Du 26 avril au 13 juillet 2011
Lire page 44

LES FORMATIONS DE QUATRE SEMAINES

Édition multimédia
Lire page 39
Iconographie multimédia
Lire page 41
Concevoir un livre numérique
Lire page 45

LES COURS DU SOIR

Les bases de la stylistique
Atelier d'écriture avec Hédi Kaddour
Les outils de la PAO
Correction Relecture
www.emi-cfd.com

LES CYCLES D'AOÛT

Les outils de la PAO
www.emi-cfd.com

LES MODULES PROS

Plus de 80 propositions de 1 à 5 jours
www.emi-cfd.com

Édition

Secrétaire d'édition-éditeur

Du 1er septembre 2011 au 20 juin 2012

Parcours complet : 1140 heures dont 900 au centre et 240 en entreprise

OBJECTIF

Ce parcours de formation est conçu pour ceux qui voudraient soit intégrer une maison d'édition, soit travailler en externe, ou encore créer leur propre structure éditoriale.
Les métiers de secrétaire d'édition et d'éditeur concentrent de plus en plus de compétences. L'éditeur est chargé de la conception comme de la réalisation des ouvrages, le secrétaire d'édition s'occupant plus particulièrement de leur réalisation. Il faut savoir trouver et jauger idées, textes et images, définir des concepts éditoriaux, maîtriser les nouvelles techniques de fabrication du livre, connaître précisément les réseaux de diffusion et de distribution, savoir apprécier le marché et la concurrence... tout cela en gardant l'œil sur les coûts et en songeant au potentiel d'internationalisation du contenu.
Pour appréhender toutes les facettes de la fonction éditoriale, le parcours secrétaire d'édition-éditeur se déroule sur un principe d'acquisition et de mise en pratique. De nombreux cours sont consacrés à la transmission des savoirs de l'édition (culturels ou techniques), et un grand nombre d'exercices mettent en scène ces connaissances : chaque année, les stagiaires mènent dans le cadre de l'école des projets qui ont parfois le bonheur de devenir des livres...

Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du Conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PROGRAMME

1 - Pratique professionnelle, mise à niveau

Grammaire et orthographe, correction, fondamentaux de la communication écrite, règles de base de la mise en pages et initiation à la PAO.
Histoire de l'édition, du livre et de l'écriture, culture générale artistique et graphique, culture du secteur de l'édition, économie et métiers.

2 - Écrire et lire

Lecture de manuscrits, fiches de lecture, correction, réécriture, choix d'un auteur, commande à un auteur, sémiologie.

3 - Conception éditoriale

Processus éditorial, recherche de sources et d'idées, remodelage de livres, relation fond-forme, relation texte-image.

4 - Graphisme et PAO

Typographie, principes de maquette, principes de couverture, choix des images et utilisation. Mise en pages sur XPress, InDesign, Photoshop.

5 - Fabrication

Lecture et demande de devis, choix du papier, photogravure, épreuves de fabrication, impression, façonnage.

6 - Budget

Coût d'un livre, montage financier et devis, budgets prévisionnels et comptes d'exploitation, statuts et coûts d'une équipe. Initiation à Excel.

7 - Commercialisation

Diffusion et distribution, librairies, circuits de vente, outils de communication, relations avec les médias.

QP-SE

8 - Édition numérique

Création et suivi de sites catalogues et de sites éditoriaux, suivi de production multimédia, techniques de mise en ligne, pilotage et organisation du flux des contenus. Création de livres numériques.

9 - Gestion d'une structure éditoriale

Choix et gestion d'une équipe, techniques du brief et du debriefing, montage d'une collection, montage d'une maison d'édition.

10 - Application transversale des acquis

Projets mensuels en groupe. Création et réalisation de projets de livres-école.

11 - Spécialisation

Trois modules de spécialisation de quatre semaines font partie du parcours. Ils seront choisis avec le stagiaire au cours d'un entretien individuel, en fonction de son profil et de son projet professionnel.
Conception éditoriale d'un site
Conception d'un livre numérique
Perfectionnement correction et réécriture

12 - Stage pratique dans une maison d'édition

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du secteur de l'édition, son aptitude à l'exercer.
Un entretien avec deux responsables pédagogiques permet d'élaborer un cursus personnalisé pour chaque candidat.

PARTICIPANTS

Personnes possédant une bonne culture générale, une parfaite maîtrise de la langue française, une bonne aptitude aux outils informatiques et au travail en équipe, ainsi que des qualités certaines en termes d'organisation du travail. Le niveau demandé est bac + 3.

Nombre de participants :
vingt-deux personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser et à l'internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Photoshop, ProLexis.

Tarif salarié :
13 950 euros HT
Financement individuel :
7 900 euros TTC

Pour évoluer dans un métier et approfondir ses connaissances

Les stages de professionnal

isation

D'une durée de 120 heures, soit quatre semaines – sauf pour le module Correction et réécriture, de 330 heures –, ces stages sont destinés aux professionnels souhaitant approfondir leurs connaissances et mieux appréhender les techniques du web. Trois nouveaux stages sont programmés au printemps 2011 : La conception graphique pour le web, Concevoir un webdocumentaire et Concevoir un livre numérique.

Journalisme • 120 heures

Journaliste rédacteur multimédia

Du 21 mars au 14 avril 2011

120 heures au centre (quatre semaines)

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Ce module est destiné aux journalistes rédacteurs confirmés, salariés ou pigistes, travaillant pour la presse écrite, la radio, la presse d'entreprise, municipale ou associative, ainsi qu'aux chargés de communication qui souhaitent se spécialiser dans la rédaction en ligne. La sélection s'effectue sur dossier après un entretien individuel avec un responsable pédagogique.

MÉTHODE

Ce module de quatre semaines permet à des rédacteurs de se spécialiser dans la conception et la réalisation de sujets multimédias. Les cours alternent théorie et exercices concrets. Un blog-école permet de mettre les stagiaires en situation réelle.

Nombre de participants :
quinze personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Photoshop. Éditeurs HTML, SPIP.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.
Caméras Sony PD 170, HDV Z1 ou V1.
Logiciels de montage Final Cut ou Premiere Pro au choix.

Tarif salarié :
3 550 euros HT
Financement individuel :
2 400 euros TTC

PL-JRMUL

OBJECTIF

Savoir concevoir en amont l'information multimédia et interactive. Savoir traiter un sujet en utilisant et articulant les différents outils multimédias : texte, son, vidéo, portfolio, etc.

PROGRAMME

1 - Le rôle central du « net-acteur »

Les usages et évolutions récentes du web, les tendances, les nouveaux outils. Les parcours de lecture. Analyse de sites.

2 - Penser en amont l'information pour le web

Organiser sa veille et ses recherches.
Concevoir en amont un sujet multimédia. Choisir et combiner les modes d'expression : texte, son, image, etc.

3 - Les fondamentaux de l'écriture et de l'édition web

De nouveaux modes de narration. L'importance du référencement. Une écriture plus ramassée. Les liens. Exercices pratiques.

4 - Le son pour le web

Le matériel son. L'importance de la voix.
L'écriture, l'interview et le reportage « son ».
Le montage numérique. Exercices pratiques.

5 - La vidéo pour le web

Le matériel vidéo. Prise en main de la caméra. L'importance du son et de l'éclairage. L'interview et le reportage vidéo. Le montage vidéo. Exercices pratiques.

6 - L'interactivité

Les outils de l'interactivité : les blogs, les forums, les chats, les sondages, les quiz, les trackbacks. Savoir animer une conversation. Savoir répondre aux « net-acteurs ».

7 - La mise en forme de l'information

Savoir hiérarchiser et organiser son information. Choisir son média pivot. Choisir son mix numérique. Les contraintes de construction. L'actualisation. Exercices pratiques.

Journalisme • 120 heures
Édition multimédia

Du 3 au 28 octobre 2011

120 heures au centre (quatre semaines)

OBJECTIF

Connaître la chaîne de l'information sur internet et les spécificités du secrétariat de rédaction pour le web, dans le but d'éditer des sujets multimédias et de maîtriser l'édition de textes, de sons et de vidéos. Organiser le travail d'une équipe pluridisciplinaire.

PROGRAMME

1 - Le rôle central du « net-acteur »

Les nouveaux usages du web. Les nouveaux supports. Analyse de site, parcours de lecture, pratiques.

2 - Éditer l'information sur le web

Les spécificités de l'édition de textes sur internet.
La scénarisation, les dossiers, les flux, l'interaction, le multimédia (texte, image, son), l'inscription dans un espace ouvert.
Les principes d'une charte éditoriale pour le web.

3 - La fonction d'éditeur sur le web

La notion de sujets et de dossiers. Des formes multiples pour un sujet. La fonction d'éditeur selon le site. Définition des tâches ; les points communs avec le SR papier, les spécificités. Les briefs et les commandes d'infographies, de photos, de vidéos, de sons. L'editing du son et de la vidéo.
Organiser l'actualisation.
La question des versions.
La place de la conférence d'édition.
Un processus permanent : les techniques d'actualisation, la mise en ligne.

4 - Les outils du web

L'usage et la fonction des principaux outils de base de mise en ligne.

5 - Construire l'interactivité

Les liens, les blogs, les forums.
Gérer la modération.

6 - Audience et budget

Suivre son audience. La gestion des moyens et le suivi des équipes. Le référencement. Buzz et dissémination.
Les dimensions juridiques, techniques et budgétaires.

7 - La boîte à outils

Mieux gérer son espace de travail.

8 - Atelier

Édition d'un site en temps réel.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Ce module de spécialisation est destiné aux chefs d'édition et secrétaires de rédaction travaillant pour la presse écrite, la presse d'entreprise, municipale et associative, et aux chargés de communication. Il s'adresse également aux rédacteurs salariés ou pigistes qui souhaitent se spécialiser dans l'édition en ligne. La sélection s'effectue sur dossier après un entretien individuel avec un responsable pédagogique.

MÉTHODE

Ce module de quatre semaines permet à des secrétaires de rédaction de se spécialiser dans l'édition multimédia. Un site-école permet de mettre en ligne les exercices pratiques grâce à une bibliothèque de gabarits.

Nombre de participants :
quinze personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Photoshop. Éditeurs HTML, SPIP.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.

Tarif salarié :
3 550 euros HT
Financement individuel :
2 400 euros TTC

PL-EDMUL

Multimédia & journalisme • 120 h

Concevoir et réaliser un webdocumentaire

Du 14 mars au 8 avril 2011

120 heures au centre (quatre semaines)

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Ce module est destiné à des journalistes, rédacteurs et éditeurs, photojournalistes et vidéastes, ainsi qu'à des cadres de la presse ou de la communication amenés à passer commande d'ouvrages multimédias. La sélection s'effectue sur dossier après un entretien individuel avec un responsable pédagogique.

MÉTHODE

Ce module de quatre semaines permet d'assumer la direction d'un projet de webdocumentaire : coordination d'équipe, conception éditoriale et écriture, gestion des contenus, modèle économique, promotion et diffusion. Les cours alternent théorie et exercices concrets.

Nombre de participants : douze personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : Photoshop. Éditeurs HTML, SPIP. Final Cut, Klynt. Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.

Tarif salarié :
3 900 euros HT
Financement individuel :
2 650 euros TTC

PL-WBDOC

OBJECTIF

Savoir concevoir et réaliser un webdocumentaire, combinant narration interactive et traitement multimédia de données (textes, images et sons).
Maîtriser toutes les étapes de la réalisation d'un projet.

PROGRAMME

1 – Les nouvelles formes de narration

Analyse de l'existant à partir de plusieurs réalisations de documentaires en ligne. Avec la participation d'auteurs, de concepteurs et de réalisateurs.
La structure interactive, la narration, le choix des médias, les contenus. La commande de la conception visuelle.
Approche des outils : quels logiciels pour quels usages ? FinalCut, Klynt, Flash, CMS.

2 – Atelier de conception et de réalisation

Présentation et définition des projets proposés par l'équipe pédagogique.
Méthode de travail de la conception à la fabrication.
Écriture d'un scénario interactif, description de la structure.
Choix des contenus et des médias, réalisation des modules, des blocs et des séquences.
Apprentissage des fonctions d'un outil de montage.

3 – Gestion de projet et modèle économique

Conférences des acteurs : diffuseurs, producteurs, cofinanceurs (CNC, SCAM…), auteurs, concepteurs et éditeurs.
Les étapes de promotion : bande-annonce (*teaser*) et interaction avec les réseaux sociaux et les supports de diffusion.
Atelier d'études de cas à partir d'un projet réel : gestion d'équipe, statuts, sources de financement…

Ce nouveau stage est réalisé en collaboration avec l'agence de création et de production multimédia Honkytonk films, l'Agence France Presse (AFP) et lemonde.fr.
Il bénéficie de l'expérience des formations à la conception et à la réalisation de petites œuvres multimédias (POM) réalisées à l'emi depuis 2007 en partenariat avec l'association Territoires de fictions et l'agence Hans Lucas.

Photo • 120 heures

Iconographie multimédia

Du 6 juin au 1er juillet 2011

120 heures au centre (quatre semaines)

OBJECTIF

Afin d'accompagner les iconographes confirmés dans l'évolution de leur métier en s'appuyant sur les nouveaux outils web et multimédias, la filière photo de l'emi propose, en partenariat avec l'ANI (Association nationale des iconographes), une formation permettant de maîtriser les fondamentaux de la documentation, de connaître les spécificités de la recherche et des nouveaux modes de diffusion, de pratiquer la scénarisation des images et de l'information sur internet.

PROGRAMME

1 - Presse et images sur le web

Les outils du web.
La presse en ligne.
La place de l'image sur le web et ses enjeux.
Droit et tarifs sur le web.

2 – Les techniques de l'iconographe-journaliste

Le synopsis.
Les légendes.
La préenquête.
La prise de son.

3 - Documentation et recherches pour le web

Les bases de la documentation.
Organisation de l'editing.
Outils de veille et méthodologie de recherche.
La recherche de son pour et sur le web.
La recherche de vidéo pour et sur le web.
Les sources d'images sur le web, la photo amateur : périmètres d'utilisation, contraintes de droit.

4 - Concevoir et piloter un projet en images sur le web

Panorama de l'image fixe animée.
La POM, petite œuvre multimédia.
Gestion de projet et production.
Les enjeux du son. Différentes approches.
Initiation à Final Cut et au travail de monteur.
Réalisation d'un diaporama, maîtrise des logiciels, editing et scénarisation, choix du son.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Ce module de spécialisation est destiné à des iconographes et des responsables photo salariés ou pigistes, travaillant pour la presse écrite, la presse d'entreprise, municipale et associative, les institutions culturelles, les agences. La sélection s'effectue sur dossier après un entretien individuel avec un responsable pédagogique.

MÉTHODE

Ce module de quatre semaines permet à des iconographes de se spécialiser dans l'édition multimédia. La réalisation et la mise en ligne de travaux-école leur permettra d'appréhender en temps réel les logiques de production de sujets en images sur le web.

Nombre de participants :
quinze personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Fotostation, Photoshop, Bridge, Lightroom, Expression Media, éditeur HTML, SPIP, WordPress.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.
Logiciels de montage Final Cut et Premiere Pro.

Tarif salarié :
3 550 euros HT
Financement individuel :
2 400 euros TTC

PL-ICMUL

Vidéo • 120 heures

Journalisme vidéo

Du 27 juin au 21 juillet 2011

120 heures au centre (quatre semaines)

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Ce stage est ouvert aux journalistes et photographes, chargés de communication, graphistes et à tous ceux qui se destinent à faire un usage professionnel de la vidéo. La sélection s'effectue sur dossier après un entretien individuel avec un responsable pédagogique.

MÉTHODE

Ce module de quatre semaines fournira une solide initiation aux techniques vidéo, de la prise de vues au montage en passant par la diffusion sur le web. Les stagiaires tourneront et monteront leurs propres sujets, et travailleront en commun dans une logique de rédaction.

Nombre de participants :
quinze personnes.

MATÉRIEL

Une caméra pour deux stagiaires (Sony PD 170, HDV Z1 ou V1.Z7 sur demande).
Un poste de montage par stagiaire.
Logiciels de montage Final Cut ou Premiere Pro au choix.
Pour la lumière : mandarines, fluos, blondes, boules chinoises.
Pour la prise de son : micros-cravates, HF, canons ou mains.
Encadrement : pour l'enseignement technique (son, lumière, montage), l'emi met deux formateurs à disposition (réalisateur et technicien).

Tarif salarié :
4 900 euros HT
Financement individuel :
4 000 euros TTC

PL-JRVID

OBJECTIF

Apprendre à réaliser des vidéos en maîtrisant à la fois les savoir-faire journalistiques et techniques. S'initier aux techniques de prise de vues, de montage et de diffusion sur le web.

PROGRAMME

1 - Produire de la vidéo pour le web

L'intérêt de la vidéo sur le web : des angles différents, un complément d'information.
Le reportage vidéo : le travail de terrain, les pièges à éviter.
Les fondamentaux de l'écriture vidéo : le cadrage, les mouvements, la prise de son, la lumière.

2 - L'interview vidéo

Les différents genres : questions-réponses, micro-trottoir, portrait, entretien ; leurs objectifs et contraintes.
Le tournage : la conduite de l'interview. Comment être à l'aise et mettre en confiance. L'art de l'écoute.

3 - Le commentaire sur images

Poser sa voix, travailler son élocution, s'entraîner au mixage.
Exercices pratiques à partir de sujets montés.

4 - La prise de son

Les pièges à éviter. Matériel à utiliser en fonction des contraintes : quels micros pour l'interview, le micro-trottoir, le reportage, les sons d'ambiance.

5 - Éclairage et lumière

Apprendre à utiliser la lumière, qu'elle soit naturelle ou artificielle, et à composer avec elle.

6 - Initiation aux logiciels de montage

Les logiciels de montage numérique, Final Cut Pro et Premiere Pro.
Finaliser le montage, la postproduction : titres, sous-titres. Génériques, musiques.
Intégrer la vidéo dans une page web : rédiger le texte de « lancement » de la vidéo.

7 - Réalisation d'un reportage

L'art de faire vivre l'information et de raconter une histoire. Les sources. La préparation et les repérages.

Graphisme & multimédia • 120 h

Conception graphique pour le web

Du 6 juin au 1er juillet 2011

120 heures au centre (quatre semaines)

OBJECTIF

La maîtrise des méthodes de conception et des outils graphiques du web design est indispensable aux directeurs artistiques, aux graphistes et maquettistes, dans le milieu de la communication comme de la presse. Acquérir la méthodologie nécessaire à la conception visuelle de sites web. S'initier aux logiciels de pointe dans le domaine de la création ainsi qu'aux outils de développement, dans le but de réaliser des sites et de dialoguer avec des développeurs de plates-formes complexes.

PROGRAMME

1 - Méthodes et conception d'une maquette web (60 h)

- Introduction au web design.
- L'environnement technique nécessaire à une conception graphique web optimale.
- L'architecture de l'information et les règles d'ergonomie.
- Processus de création : de la compréhension du brief à la rédaction d'une charte graphique.
- Choix des visuels, des couleurs et de la typographie.
- Mise en pages et organisation des calques dans Photoshop.

2 - Les outils du web design (30 h)

Photoshop pour le web

Présentation des fonctions dédiées au web dans Photoshop : optimisation des images ; Gifs animés ; l'outil Tranche ; exportation vers le HTML ; exercices pratiques.

HTML

Présentation du HTML, langage de structuration des pages web. Les principales balises HTML et leur fonctionnement. Exercices pratiques.

CSS

Présentation des CSS (feuilles de style en cascade), langage informatique qui sert à décrire graphiquement la présentation des documents HTML. Les sélecteurs.
Les propriétés. Exercices pratiques.

JavaScript

JavaScript sert à contrôler les données saisies dans des formulaires HTML ou à interagir avec le document HTML.
Savoir utiliser des scripts pour les intégrer dans les pages HTML.

3 - Projet (30 heures)

Conception et réalisation graphique d'un projet proposé par l'équipe pédagogique.
Rédaction d'une charte graphique.
Réalisation de pages types dans Photoshop.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Ce module de spécialisation est destiné à des directeurs artistiques et des graphistes, salariés ou indépendants, travaillant pour la presse écrite, la presse d'entreprise, municipale et associative, les institutions culturelles, les agences. La sélection s'effectue sur dossier après un entretien individuel avec un responsable pédagogique.

MÉTHODE

Ce module de quatre semaines permet à des directeurs artistiques et des graphistes d'apprendre les mécanismes du graphisme web. Un projet leur permettra de mettre en pratique concrètement les méthodes de conception.

Nombre de participants : quinze personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : Photoshop, Fireworks, DreamWeaver, Flash, Acrobat Pro.

Tarif salarié :
3 550 euros HT
Financement individuel :
2 400 euros TTC

PL-WBDES

Édition & journalisme • 330 heures

Correction et réécriture

Du 26 avril au 13 juillet 2011

Parcours complet : 330 heures dont 240 au centre et 90 en entreprise

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Des tests écrits nous permettent d'apprécier la culture générale du candidat et sa connaissance de la langue et de l'écrit. Un entretien avec deux responsables pédagogiques permet d'élaborer un cursus personnalisé pour chaque candidat.

PARTICIPANTS

Toute personne ayant déjà une compétence en matière de langue, une pratique de l'écriture, de la lecture ou de l'interprétation du texte (rédacteurs, secrétaires de rédaction, traducteurs, éditeurs, enseignants, etc.).
Prérequis : niveau licence et une bonne pratique de l'ordinateur (traitement de texte).

Nombre de participants :
vingt personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser et à l'internet.
Logiciels : XPress, InDesign, ProLexis.

Tarif salarié :
4 750 euros HT
Financement individuel :
2 800 euros TTC

PL-CORR

OBJECTIF

Acquérir des méthodes de relecture et de correction du texte écrit en vue de sa publication dans la presse, pour l'édition ou sur le web. Élargir ses connaissances en matière de langue (orthographe, vocabulaire, grammaire, syntaxe) et de typographie. Être capable de vérifier les informations contenues dans un texte et d'améliorer sa lisibilité. Savoir corriger en fonction des contraintes de temps et de support.

PROGRAMME

1 - Français

Grammaire et difficultés de la langue (révision et perfectionnement).

2 - Typographie

Le code typographique et les règles en vigueur dans la presse et l'édition. Histoire de la lettre.

3 - Correction

De la préparation de copie à la correction en pages maquettées jusqu'au « bon à tirer » (protocole de correction, les responsabilités du correcteur).
Types de corrections (orthographe, syntaxe, grammaire, typographie, chasse aux clichés, contresens, répétitions, vérification des informations) ; les outils du correcteur (dictionnaires, encyclopédies, ouvrages spécialisés, internet) ; le respect des intentions de l'auteur.

4 - Correction informatisée

Intégration des corrections en traitement de texte et en pages montées, apprentissage des logiciels InDesign et ProLexis.

5 - Réécriture et stylistique

Écriture sous contrainte, « à la manière de », adaptation du texte au support.

6 - Initiation au secrétariat de rédaction

Rédiger des titres, des chapôs, des intertitres, des légendes ; couper le texte, le rallonger ; savoir vérifier l'adéquation de la « titraille » au texte.

7 - La gestion des outils numériques

Correction et envoi en PDF. Création, mise en ligne et utilisation de serveurs.

8 - Culture du métier

Statuts et droit du travail, contexte, salaires.

9 - Stage pratique en entreprise de trois semaines

Édition • 120 heures

Concevoir un livre numérique

Du 2 au 27 mai 2011

120 heures au centre (quatre semaines)

OBJECTIF

Connaître et maîtriser la conception d'un livre numérique et ses possibles pendants. Organisation et process de création de livres numériques. Montage budgétaire et planning, aspects juridiques. Diffusion et distribution.

PROGRAMME

1 - Les nouveaux usages du web

Analyse de site, parcours de lecture, pratiques.
Panorama du web et du numérique. Panorama du livre dans l'univers numérique. Les secteurs éditoriaux (savoir, pratique, scolaire, littérature, jeunesse) et les pratiques numériques.

2 - La conception éditoriale numérique

Quel objet numérique pour un livre papier donné ? Complémentarité ou concurrence ? La question des usages et des expériences.

3 - Le process éditorial appliqué au livre numérique

Différents supports numériques (web, tablettes, liseuses, téléphones), formats, usages et expériences de lecture.

4 - Les outils du web

L'usage et la fonction des principaux outils de base de mise en ligne et des différents médias numériques (texte, son, image fixe, animation et vidéo).

5 - Les dimensions juridiques, techniques et budgétaires

6 - La diffusion et la distribution

7 - Mieux utiliser les ressources du web

Outils du web utiles à la création éditoriale.
Les réseaux sociaux.
Les sites de promotion.
Le site de la maison d'édition ou de la collection.
La newsletter.

8 - Atelier

Conception d'un livre numérique en temps réel.

FICHE TECHNIQUE

SÉLECTION

Ce module est destiné aux assistants d'édition et éditeurs confirmés, salariés ou free lance, travaillant pour l'édition de livres, ainsi qu'aux chargés de communication qui souhaitent se spécialiser dans les publications numériques. La sélection s'effectue sur dossier après un entretien individuel avec un responsable pédagogique.

MÉTHODE

Ce module de quatre semaines permet à des éditeurs de se spécialiser dans la conception et la réalisation de projets multimédias. Les cours alternent théorie et exercices concrets. Un site-école permet de mettre les stagiaires en situation réelle.

Nombre de participants :
quinze personnes.

MATÉRIEL

Ordinateurs iMac reliés en réseau haut débit à des imprimantes laser N/B et couleur et à l'internet.
Logiciels : XPress, InDesign, Photoshop, DreamWeaver, éditeur HTML, SPIP, WordPress.
Fil AFP textes et photos sur réseau Mac.

Tarif salarié :
3 550 euros HT
Financement individuel :
2 400 euros TTC

PL-LVNUM

L'équipe

Président-directeur général :
François Longérinas
Directrice administrative et financière :
Marie-Geneviève Lentaigne
Directeur du développement :
Fidel Navamuel
Directeur pédagogique :
Jean Stern
Secrétaire générale et responsable du pôle conseil en formation :
Maryse Pradines
Journalisme : Marc Mentré
Graphisme : Martine Billot
Photo : Wilfrid Estève
Iconographie : Gilles Collignon
Édition : Joseph Jacquet
Multimédia : Jean Sylvestre
Vidéo : Laurent Catherine
SR bimédia : Dominique Patte
Reporter Citoyen :
Philippe Merlant
Outils du web et site :
Henri Grinberg
Outils de la PAO : Sophie Fourré
Réseau et développement technique :
Alain Delauney
Action commerciale et marketing :
Camille Bienstman
Coordinatrice des programmes sur mesure et rédaction web :
Sophie Lemoine
Conseillère en formation et chargée de communication :
Élise Morvan
Gestion des ressources humaines et responsable comptabilité :
Odile Villeret
Comptable : Damir Sosic
Accueil et conseil en formation :
Djamila Mékaoui, Caroline Izoret-About et Sihème Faid

Nos interven

Marie-Édith Alouf (Les Petits Matins)
Xavier Ameilhaud (Optimis Prod)
Odile Andrieu (Promenades photographiques de Vendôme)
Pierre Astier (agent littéraire)
Aurélie Aubert (Paris VIII)
Mathieu Auzanneau (Oil Man)
Catherine Baldisseri
Mathilde Bardel (Entrez sans frapper)
Jacques-Olivier Baruch (La Recherche)
Alice Barzilay (Le Monde diplomatique)
Karen Bastien (Terra Economica)
Hervé Bernard
Nelly Bernard (Actes Sud)
Pascale Berthault (SDC)
Marie-Christine Biebuyck (Agence Magnum)
Stéphane Blanchet
Catherine Bonifassi (Cassi Édition)
Benoît Boussard
Eric Bouvet
Jérôme Bouvier (Ivre d'images)
Maud Boyer (Entrez sans frapper)
Sylvie Braibant (TV5)
Luc Briand
Valérie Cabridens
Edith Canestrier
Armelle Canitrot (La Croix)
Silvina Carbone (TV5)
Claire Carrard
Christian Caujolle (Vu)
Julien Cassagne (Free Lens)
Eric Cez (L'Atelier d'édition)
Élisabeth Chamontin
Jean-Pierre Chapelle (Ouest-France)
Olivier Charbonnel
Ananda Cherer
Catherine Chevallier (ANI)
Patricia Citaire
Laurent Collobert (telerama.fr)
Claude Combet (Livres Hebdo)
Arnaud Corbin (Atelier Corbin)
Christiane Coste (CB news)
Marie-Amélie Cotillon (Duke Interactive)
Stéphanie Damiot
Sophie Creusot
Nadia Daam (Mondadori)
Christian Dao
Sophie Davidas
Laurence Defranoux (Libération)
Géraldine Delacroix (Médiapart)
Alexis Delcambre (lemonde.fr)
Guy Deloche (Moto Mag)
Sébastien Demorand (RTL)
Céline Derœux
Véronique de Viguerie

ants

Thiébault Dromard (Challenges)
Tristan Duhamel
Lumena Duluc
Juliette Einhorn
Malika Elkord (nouvelobs.com)
Frank Eskenazi (The Factory)
Pascal Famery (Clemi)
Henri-Pierre Fargeon (telerama.fr)
Jérôme Faucheux
Laurence Folie
Isabelle Fougère (Le Figaro Magazine)
Philippe Gammaire (Univers Médias)
Muriel Gani
Serge Garcin
Hervé Gardette (franceculture.fr)
Jean-Paul Geai (Que choisir)
François Gèze (La Découverte)
Alice Guerlot-Kourouklis
Lin Guillou (L'Humanité)
Jean-Stéphane Guitton
François Hebel (Rencontres d'Arles)
Natacha Henry
Benjamin Hugodot (Optimis Prod)
Mat Jacob (Tendance Floue)
Marc Jammet (Vuibert)
Robert Jules (La Tribune)
Émilie Juvin
Hédi Kaddour
Alain Kaiser
Philippe Kohn
Aurélie Lacouchie (laurif)
Jean-Marie Lagnel
Gilles Laloux (Le Parisien)
Didier Lannoy
Florent Latrive (liberation.fr)
Stéphane Lavoué
Alain Le Bacquer
Arnaud Lebassard
Sébastien Lecordier
Bernard Lefort
Catherine Léger
Patrick Lenormand (Ressources presse)
John Paul Lepers (latelelibre.fr)
Sébastien Leplaideur (Belin)
Jean-François Leroy (Visa pour l'Image)
Antoinette Lorenzi
Sophie Loubaton
Olivier Louche
Anne-Marie Macé (droit)
Raymond Macherel
Cécile Maillard
France Manhes
Eric Marquis (L'Express)
Tristan Mendès France (egoblog.net)
Jean-Luc Martin-Lagardette
François Meekel
Stéphanie Méséguer (Burozoïque)
Dominique Meyer
Jérôme Mignard
Francis Mizio
Dominique Morvilliers (Rififi Communication)
Christine Muratet (RFI)
Ariel Nathan
Édith Nuss
Jean-Marc Ozanne (Chantefable)
Emmanuel Paillardon
Elisabeth Parinet
Marc Parent (Buchet-Chastel)
Laure Pecher
Michèle Pedinielli
Jacqueline Peragallo
Bénédicte Perot
Thomas Petit-Archambault
Guillaume Philippon
Camille Pillias (Myop)
Olivier Piot
Francis Pisani (transnets.fr)
François Plet
Claire Prat-Marca
Didier Pruvot
Philippe Rabagnac
Alain Rebours
Matthieu Recarte
Raphaël Reynes (RFI)
Annick Rivoire (poptronics.fr)
Olivier Robineau
Patrick Roger (Le Monde)
Olivier Roller
Jean-François Roversi
Judith Rueff (ligne4.fr)
Marina Sanchez
Isabelle Sivan
Xavier Skowron-Galvez (droit)
Dagui Tanaskovic
Virginie Terrasse (Hans Lucas)
Patricia Tourancheau (Libération)
Claire Ulrich (Global Voices)
Hélène Viala
Bénédicte Villechange
Patrick Vincent
Lorenzo Virgili
Élisabeth Weissman
Anne Zweibaum (L'Atelier d'édition)

Les stages pro de l'emi

Nos métiers, leurs techniques, leurs outils évoluent sans cesse. Afin de répondre aux besoins de chacun, nous vous proposons plus de 80 stages professionnels de courte durée (de 1 à 7 jours) assurés par des spécialistes expérimentés, pour la plupart en poste dans divers médias.

Que vous souhaitiez apprendre ou revoir les fondamentaux d'un métier, maîtriser un logiciel ou développer vos compétences multimédias, l'offre de l'emi cerne les problématiques les plus demandées (La vidéo pour le web, Écrire pour être lu, Concevoir et animer son blog…) mais aussi les plus pointues (Animer sa communauté sur le web, Concevoir un livre numérique…) grâce à l'attention toujours renouvelée portée à la qualité des acquis ainsi qu'à l'évolution des pratiques.

Chaque année, l'emi crée de nouveaux stages qui reflètent les tendances émergentes – bientôt incontournables. En 2010-2011, les réseaux sociaux, les outils collaboratifs, la réalisation d'une petite œuvre multimédia, le journalisme de données ou encore la vidéographie seront par exemple enseignés.

Dans un contexte où chaque média cherche à mettre en place une stratégie numérique pertinente, les entreprises recherchent notamment des formations qui permettent aux salariés d'accompagner le développement éditorial et la production de contenus.

Sans oublier tous ceux (demandeurs d'emploi, free lance, pigistes) qui souhaitent faire évoluer leurs savoir-faire.

Renseignements :

Camille Bienstman
01 53 24 68 74
camille.bienstman@emi-cfd.com

Sophie Lemoine
01 53 24 68 76
sophie.lemoine@emi-cfd.com

Fidel Navamuel
01 53 24 68 78
fidel.navamuel@emi-cfd.com

Retrouvez toute notre offre sur le site internet de l'école :
http://www.emi-cfd.com/

Fiche de renseignements

**À retourner à l'École des métiers de l'information,
7-9, rue des Petites-Écuries, 75010 Paris
ou par fax au 01 53 24 68 88.**

LE STAGE

Nom : . . . . . .

Prénom : . . . . . .

Adresse : . . . . . .

. . . . . .

Téléphone : . . . . . .

Mail : . . . . . .

Votre projet (poste envisagé, compétences à acquérir, etc.) :

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

Vous êtes actuellement :

- ❒ salarié en CDI
- ❒ salarié en CDD
- ❒ travailleur indépendant
- ❒ demandeur d'emploi

Vous souhaitez :

PARTICIPER AUX PROCHAINES PORTES OUVERTES

Les portes ouvertes se tiennent un lundi par mois, entrée libre.

OBTENIR UN ENTRETIEN PERSONNALISÉ DE PRÉORIENTATION

Les entretiens individuels se déroulent tous les mercredis de 17 à 19 heures sur rendez-vous, au 01 53 24 68 68.

VOUS INSCRIRE AUX PROCHAINS TESTS DE RECRUTEMENT

pour la formation :

- ❒ Journaliste rédacteur bimédia
- ❒ Secrétaire de rédaction bimédia
- ❒ Graphiste plurimédia
- ❒ Secrétaire d'édition-Éditeur
- ❒ Photojournaliste
- ❒ Iconographe bimédia
- ❒ Journaliste vidéo multimédia
- ❒ Responsable éditorial de site web

Les tests de recrutement se déroulent un samedi par mois, sur convocation uniquement.

Renseignements par téléphone au 01 53 24 68 68 ou sur notre site www.emi-cfd.com, rubrique « Pratique ».

Les locaux

L'École des métiers de l'information est située au cœur de Paris, à deux pas des métros Château-d'Eau et Strasbourg-Saint-Denis. Les locaux de l'école, d'une surface de 1 000 m², sont ouverts du lundi au vendredi de 9 à 19 heures, les stages se déroulant pour la plupart de 10 à 13 heures et de 14 à 17 heures. Chaque stagiaire dispose d'un ordinateur avec une connexion internet haut débit, des logiciels d'usage courant, des fils AFP textes et photos. Les cours du soir ont lieu tous les mercredis ainsi qu'un samedi par mois.

Orientation et financement

Selon votre situation professionnelle, les modes de financement varient : congé individuel de formation (CIF), plan de formation des entreprises, droit individuel à la formation (DIF), période de professionnalisation, participation des conseils régionaux (nous consulter), financement individuel avec paiement en plusieurs fois.
Contactez nos conseillers au 01 53 24 68 68.

Parcours individualisés

Pour tout savoir sur les formations, les parcours, les conférences, pour un conseil ou une orientation, venez participer à nos portes ouvertes (une fois par mois le lundi à partir de 18 heures et deux samedis par an en septembre et en janvier). Pour connaître la prochaine date, connectez-vous sur le site : www.emi-cfd.com
Vous pouvez également obtenir des rendez-vous individuels auprès de nos conseillers. Une permanence sur rendez-vous a lieu tous les mercredis de 17 à 19 heures.

Contacts financement

Salariés CDI et CDD :
Maryse Pradines
maryse.pradines@emi-cfd.com
Demandeurs d'emploi et financements publics :
Elise Morvan
elise.morvan@emi-cfd.com
Financements individuels et contact entreprises :
Fidel Navamuel
fidel.navamuel@emi-cfd.com
Camille Bienstman
camille.bienstman@emi-cfd.com

Site

Mise à jour permanente des dates de stages, conférences, réunions d'information, tarifs, résultats des tests, actualité de l'école, des filières, des anciens, etc., sur www.emi-cfd.com

Conditions tarifaires

Le tarif salarié s'applique à toute inscription bénéficiant d'un financement d'entreprise ou d'un organisme collecteur, dans le cadre d'un plan de formation, d'un congé individuel de formation, d'un CIF CDI ou CDD ou d'un DIF. Pour les formations faisant l'objet d'un marché avec le Conseil régional d'Île-de-France ou de tout autre financement public, des conditions spéciales sont proposées. Nous consulter. Le tarif financement individuel est strictement réservé aux personnes qui prennent entièrement en charge leur formation. Des facilités de paiement leur sont proposées. Nous consulter : cfd@emi-cfd.com

Conditions générales

L'emi se réserve le droit de modifier les conditions générales de ce catalogue, ainsi que les tarifs et contenus des cours.
L'emi se réserve le droit d'annuler ou de reporter une session à une date ultérieure, sans frais, si les conditions nécessaires au bon déroulement de la formation ne sont pas réunies.